

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS BRANDING STRATEGI DI BRANDWORKS GROUP



Oleh:
HINDARTO
NRP: 1423017053

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALASURABAYA
SURABAYA
2021

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS BRANDING STRATEGI DI BRANDWORKS GROUP



Oleh:
HINDARTO
NRP: 1423017053

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALASURABAYA
SURABAYA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS BRANDING STRATEGI DI BRANDWORKS GROUP

OLEH:

HINDARTO

NRP: 1423017053

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



AKHSANIYAH. S.Sos. M.Med.Kom.

TANGGAL: 27 JANUARI 2021

DEKAN FAKULTAS KOMUNIKASI,



YULI NUGRAHENI S.Sos, M.Si

NIK. 142.09.0647

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULUS OLEH:

HINDARTO NRP: 1423017053

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 27 JANUARI 2021, DAN

DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.09.0645

MENGETAHUI

DEKAN,



YULI NUGRAHENI S.Sos.M.Si

NIK.142.09.0647

KATA PERSEMBAHAN

Penulis pertama-tama mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan yang Maha ESA karena telah menyertai pelaksanaan kerja praktik dan menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul “AKTIVITAS BRANDING STRATEGI DI BRANDWORKS GROUP”. Dan penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait untuk membantu kelancaran kegiatan, diantaranya keluarga, Brandworks Group, teman, dan para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, terkhusus kepada Ibu Akhsaniyah, S.Sos. M.Med.Kom selaku dosen pembimbing, dan Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos.,M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik selama dua bulan hingga dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Aktivitas Branding Strategi Di Brandworks Group”.

Dengan terselesaikan laporan kerja praktik ini, penulis tentunya mendapatkan dukungan dari beberapa pihak yang membantu penyelesaian dan proses kegiatan hingga laporan ini. Penulis berterima kasih banyak kepada:

1. Kepada Oentoro dan Siu Hong sebagai orang tua penulis yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis serta doa agar segera dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
2. Akhsaniyah, S.Sos. M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing kerja praktik
3. Yuli Nugraheni, S.Sos.,M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Brandworks Group, yang mengizinkan penulis melakukan kegiatan kerja praktik di masa pandemi ini.
5. Bapak Frans Tjipto Yulianto, selaku *Project Manager* yang membimbing dan memberikan ilmu selama dua bulan selama penulis melaksanakan kerja praktik
6. Tim Brandworks Group diantaranya; Ibu Evi Pringgodigdo, Ibu Stephanie, Pak Kevin Sofian, dan Pak Samuel yang telah menerima dan mengajarkan hal baru selama menjalankan kerja praktik.

7. Reynold Ongkowijoyo, sebagai rekan yang membantu mempertemukan penulis dengan tempat kerja praktik
8. Deviany Michelle, selaku rekan yang membantu dan menemani penulis selama menyelesaikan laporan.

Permintaan maaf sebesar-besarnya dari penulis atas kesalahan kesalahan yang sengaja atau tidak sengaja dibuat penulis kepada rekan-rekan. Sekali lagi, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada penulis.

Surabaya, 11 November 2020

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Bidang Kerja Praktek	4
I.3. Tujuan Kerja Praktik.....	4
I.4. Manfaat Kerja Praktik	4
I.5 Tinjauan Pustaka.....	5
I.5.1 Merek atau brand	5
I.5.2 Pengertian Branding.....	6
I.5.3 Strategi Branding.....	6
I.5.4 Aktivitas Branding Strategi.....	10
BAB II. HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	12
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat kerja Praktik	12
II.1.1. Visi-Misi Brandworks Group	16
II.1.2. Team Brandworks Group	17
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	19
II.3 Hasil dan Temuan	21
II.3.1. Pekerjaan Lain-lain	24
BAB III. PEMBAHASAN	27

BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	33
IV.1 Kesimpulan.....	33
IV.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Kantor Brandworks Group	13
Gambar II.2. Empat Department Brandworks Group	14
Gambar II.3. Partner Branding Strategic.....	14
Gambar II.4. Partner Creative Design.....	15
Gambar II.5. Partner Instagram Marketing.....	15
Gambar II.6. Partner Website & Digital Development.....	16
Gambar II.7. Team Brandworks Group.....	19
Gambar II.8. Ringkasan Sesi Konsultasi.....	21
Gambar II.9. Referensi Nama Produk.....	22
Gambar II.10. Pesaing Produk.....	23
Gambar II.11. Referensi Kemasan/ <i>Packaging</i>	23
Gambar II.12. Gambaran Ide Hampers.....	24
Gambar II.13. Budget List Hampers dan Vendor	24
Gambar II.14. Instagram Post Brandworks Group.....	25
Gambar II.15. Konten Insatgram Nexar.....	25
Gambar II.16. Konsep Video Dakota City.....	26
Gambar III.1. Analisis Pesaing Dengan Merek Sejenis.....	29
Gambar III.2. Analisis Pesaing Dengan Target Market yang Sama.....	29
Gambar III.3. Referensi Nama untuk Merek.....	30
Gambar III.4. Karakter Logo dan Karakter font Merek.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel II.1.....	19
-----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Lembar Penilaian Kerja Praktik.....	36
Lampiran 2 – Brand Kompetitor dari Luar Negeri.....	37
Lampiran 3 – Kompetitor dari Kota Surabaya (sedaerah).....	38
Lampiran 4 – Kompetitor Surabaya Dengan Target Market Sama.....	39
Lampiran 5 – Re-Branding Instagram Brandworsk Group.....	40
Lampiran 6 – Konsep Video Dakota City.....	41
Lampiran 7 – Contoh Perusahaan Terkenal untuk Referensi Penulis.....	42
Lampiran 8 – Konten Instagram Nexar.....	43

Abstrak

Dalam membentuk sebuah produk pasti perlu merek yang menjadi tanda dengan merek yang lain. Sangat banyak merek yang dikemas asal-asalan dan akhirnya bisnis menjadi rugi dan tutup permanent. Aktivitas branding bisa dipelajari sendiri dengan banyak membaca dan melihat perjalanan orang sukses mengemas bisnis atau merek mereka. Tetapi tidak semua bisnis dapat ditangani sendiri. Dalam kerja praktik ini, penulis mempelajari bagaimana aktivitas branding dalam Agency branding di Brandworks Group untuk membuat merek dapat berhasil saat dipasarkan dan diterima di masyarakat. Beberapa hal yang penting dalam merek adalah nama, symbol, dan karakter.

Kata Kunci : Branding, Merek, Brandworks,